

NGO

Tips Bangun Personal Branding di Media Sosial

Achmad Sarjono - JATIM.NGO.WEB.ID

Jun 20, 2022 - 12:46



SURABAYA – Memiliki personal branding yang bagus adalah salah satu kunci

sukses dalam berkarir. Apalagi di tengah semakin ketatnya kompetisi lapangan kerja.

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, social media (sosmed) kini menjelma menjadi salah satu platform yang bisa digunakan oleh setiap orang untuk membangun personal branding. Oleh karena itu, kebanyakan recruiter memasukkan portofolio akun sosmed calon pelamar sebagai salah satu aspek penilaian. Hal itu disampaikan oleh Bellinda Azzahra dalam serangkaian Webinar Career Buddy Program besutan DPKKA UNAIR x Job Hun Jum'at (16/06/2022).

Menurut Bellinda, dengan luasnya akses teknologi, membangun personal branding yang dulunya memerlukan waktu yang lama dan tenaga ekstra kini bisa dilakukan dengan membuat konten di sosmed. Ia mencontohkan fenomena banyaknya influencer kesehatan dari kalangan medis.

“Kalau dulu dokter mendapat reputasi dari mulut ke mulut antar pasien dan track record karir, kini cukup dengan membuat konten edukasi yang menarik, dokter tersebut bisa memiliki reputasi bagus dan dinilai kapabel,” ungkap Advisor Price Waterhouse Cooper (PwC) Indonesia tersebut.

Tentukan Tujuan

Bellinda juga membagikan tips untuk mulai membangun personal branding, salah satunya adalah menetapkan tujuan utama. Dengan mengetahui tujuan, seseorang tidak akan cepat bosan dan malas ketika membangun portofolio sosmed yang ia miliki.

Bellinda mengungkapkan, secara garis besar, ada dua tujuan ketika seseorang membangun personal branding melalui konten medsos. Yakni untuk keperluan monetisasi dan untuk bridging dalam berkarir.

“Ada yang tujuannya untuk cari endorsement atau adsense. Ada juga yang tujuannya membangun personal branding supaya lebih dilirik ketika mencari pekerjaan. Jadi kalian harus kalian tentukan itu sejak awal,” tuturnya.

Fokus Satu Platform

Dari sekian banyak sosmed, Bellinda menyarankan untuk fokus pada satu platform terlebih dahulu. Hal ini dikarenakan setiap platform memiliki karakteristik, fungsi, dan cara yang berbeda. Jika tidak memfokuskan pada salah satu, justru akan menyita banyak waktu dan parahnya tidak efektif dan maksimal.

“Contohnya YouTube, untuk buat konten di sana kan, perlu effort yang lumayan dan peralatan yang memadai. Berbeda dengan Instagram reels atau TikTok. Jadi tentukan mana yang ingin kalian bangun supaya hasilnya maksimal,” jelasnya.

Selain itu, lanjutnya, peruntukan masing-masing sosmed juga berbeda. “LinkedIn biasanya ditujukan ke arah profesional, TikTok untuk hiburan, edukasi dan promosi, dan banyak lagi. Ini kalian juga harus kenali supaya bisa sesuai dengan tujuan kalian,” imbuhnya.

Mapping Konten

Konten adalah aspek terpenting dalam sosial media branding. Top of mind seseorang terhadap seseorang ditentukan oleh konten apa yang sering diunggah oleh orang tersebut. Oleh karena itu kita harus memetakan konten apa dan seperti apa yang akan diunggah.

“Jika kita ingin dikenal sebagai pebisnis misalnya, ya, kita unggah hal yang berkenaan dengan bisnis, tips and trick, info terkini, dan lain-lain. Sehingga dari situ akan membangun mindset terhadap follower kita bahwa ketika ingin tahu soal bisnis larinya langsung ke kita,” ujarnya. (*)

Penulis : Ivan Syahrial Abidin

Editor : Binti Q Masrurroh